

स्वदेशी सुरक्षा

एवं

स्वावलंबन

अभियान

डॉ. अश्वनी महाजन

स्वदेशी सुरक्षा एवं स्वावलंबन

लेखक : डॉ. अश्वनी महाजन

अखिल भारतीय सह संयोजक, स्वदेशी जागरण मंच

मूल्य

20/-

प्रकाशक

स्वदेशी जागरण प्रकाशन

'धर्मक्षेत्र', बाबू गेनू मार्ग,

सेक्टर-8, आर.के. पुरम्, नई दिल्ली-110022

Website: www.swadashionline.in, www.joinswadeshi.com

Email: swadeshipatrika@rediffmail.com, editor.swadashionline@gmail.com

भूमिका

बंग-भंग आंदोलन के साथ 20वीं शताब्दी के प्रारंभ में शुरू हुआ 'स्वदेशी आंदोलन' केवल विदेशी वस्तुओं के बहिष्कार का ही आह्वान नहीं था, यह भारत की आर्थिक स्वतंत्रता का भी उद्घोष था। यह आंदोलन औपनिवेशिक शासन के कारण देश में हो रहे वि-औद्योगीकरण के विरोध में भारत की आत्मनिर्भरता और उत्पादन की पुनर्स्थापना के सकारात्मक विचार की अभिव्यक्ति का भी आंदोलन था।

1990 के दशक में औपनिवेशिक ताकतें जब पुनः भारत को आर्थिक गुलामी में जकड़ने हेतु विश्व व्यापार संगठन के नाम पर व्यापार के नए नियम गढ़ने का प्रयास कर रही थी, विश्व बैंक और अंतर्राष्ट्रीय मुद्राकोष आर्थिक सुधारों की वकालत करते हुए भारत और अन्य विकासशील देशों को पुनः आर्थिक परातंत्र्य की ओर धकेलने का प्रयास कर रहे थे। इससे भारत की आर्थिक संप्रभुता संकट में पड़ रही थी, ऐसे में स्वदेशी जागरण मंच ने देश की आर्थिक आजादी को अक्षुण्ण रखने हेतु आमजन से स्वदेशी अपनाने का अभियान शुरू किया था। देश के लगभग ढाई लाख गांवों और हर बस्ती, मोहल्लों, कस्बों, शहरों और महानगरों में हर परिवार को 'स्वदेशी-सुरक्षा अभियान' के अंतर्गत स्वदेशी अपनाने और विदेशी के बहिष्कार का आह्वान किया था। उस दौर में स्वदेशी-विदेशी वस्तुओं की सूचियां हर घर तक पहुंची और विदेशी बहुराष्ट्रीय कंपनियों का बहिष्कार शुरू हो गया था।

हालांकि उस समय आम जनता देशभक्ति के नाते विदेशी का बहिष्कार करने के लिए तैयार थी, लेकिन देश के नीति निर्माताओं पर उदारीकरण, निजीकरण और भूमंडलीकरण का भूत इस कदर सवार था कि उन्हें देश पर हो रहे आर्थिक आक्रमण और संप्रभुता पर आ रहे संकट का भान ही नहीं हो रहा था।

आज, जब भारत राजनीतिक रूप से स्वतंत्र है, तो भी हम फिर से एक नव-औपनिवेशिक आर्थिक आक्रमण के सामने खड़े हैं। अब यह आक्रमण विदेशी सेनाओं के माध्यम से नहीं, बल्कि सस्ते आयात, व्यापारिक छल, डिजिटल मंचों

और रणनीतिक निवेश के माध्यम से हो रहा है। यह नव-उपनिवेशवाद चुपके से हमारे बाजारों, उपभोक्ताओं, डेटा और नीति-निर्माण पर कब्ज़ा जमा रहा है।

ऐसे समय में, स्वदेशी जागरण मंच द्वारा चीन, तुर्की और अमेरिका की ई-कॉमर्स कंपनियों के बहिष्कार का आह्वान किया जा रहा है। यह बहिष्कार केवल तात्कालिक प्रतिक्रिया नहीं, बल्कि गहराई से विचरित, वैचारिकी और राष्ट्रहित में लिया गया निर्णय है। यह आत्मनिर्भरता राष्ट्रीय सम्मान और आर्थिक स्वतंत्रता के सिद्धांतों पर आधारित वही मूल सिद्धांत है जो स्वदेशी आंदोलन की आत्मा रही हैं।

आर्थिक बहिष्कार क्यों?

चीन के साथ भारत का व्यापार घाटा 99 अरब डॉलर से अधिक पहुंच चुका है। चीन की सरकारी सब्सिडी से सस्ते और निम्न गुणवत्ता वाले उत्पाद भारत में हमारे लघु, कुटीर और मध्यम उद्योगों को बर्बाद कर रहे हैं। यही नहीं, चीन हमारे साथ आर्थिक लाभ तो उठाता है, परंतु हमारी सीमाओं पर सैन्य तनाव भी उत्पन्न करता है – गलवान, डोकलाम, और अन्य सीमाओं पर हुई घटनाएं इसका प्रमाण हैं। हमारे सामने चुनौती यह है कि क्या हम अपने शत्रु को अपने ही पैसों से कब तक मजबूत करते रहेंगे?

तुर्की का मामला भी कुछ अलग नहीं है। राष्ट्रपति एर्दोआन के नेतृत्व में तुर्की लगातार भारत-विरोधी बयानबाजी, कश्मीर मुद्दे पर पाकिस्तान का समर्थन, और आतंक के समर्थक वैश्विक मंचों से जुड़कर हमारे खिलाफ कूटनीतिक मुहिम चला रहा है। फिर भी तुर्की की कंपनियाँ भारत में खुलेआम व्यापार करती हैं, निवेश करती हैं और लाभ कमाती हैं।

यदि डिजिटल साम्राज्यवाद की बात करें तो अमेज़न, वॉलमार्ट (पिलपकार्ट) जैसी कंपनियाँ भारत में ईस्ट इंडिया कंपनी की नई शक्ल में कार्य कर रही हैं। ये कंपनियाँ कैश बर्निंग द्वारा कृत्रिम छूट, और विदेशी पूंजी से पोषित छद्म प्रतिस्पर्धा के माध्यम से भारतीय व्यापार को कुचल रही हैं। लाखों छोटे व्यापारी, किराना दुकानदार, और स्थानीय स्टार्टअप्स इनकी रणनीतियों के कारण संकट में हैं। इतना ही नहीं, ये कंपनियाँ भारतीय उपभोक्ताओं का डेटा भी एकत्र करती हैं और बिना जवाबदेही के उसका लाभ उठाती हैं।

केवल बहिष्कार नहीं, आत्मनिर्भरता भी

जब हम "बहिष्कार" की बात करते हैं, तो हमारा उद्देश्य राष्ट्र की आर्थिक रक्षा करना भी है। स्वदेशी दर्शन का सार है कि भारत के उपभोक्ता, नीति-निर्माता, और उद्यमी एक राष्ट्रहितकारी और न्यायपूर्ण आर्थिक व्यवस्था की स्थापना करें। यह दर्शन वैश्वीकरण के विरुद्ध नहीं, बल्कि अनुचित वैश्विक नियंत्रण और आर्थिक शोषण के खिलाफ है।

हम मानते हैं कि हर भारतीय उपभोक्ता का खर्च एक वोट के समान है – या तो वह देश की आत्मनिर्भरता को मज़बूत करेगा, या फिर विदेशी नियंत्रण को बढ़ावा देगा। स्वदेशी आंदोलन का मूलमंत्र है – भारतीय उत्पादों को प्राथमिकता दो, स्थानीय उद्यम को समर्थन दो, और भारत को आत्मनिर्भर बनाओ।

आत्मनिर्भर भारत: समय की पुकार

कोविड महामारी, गलवान संघर्ष के दौरान उत्पन्न वैश्विक आपूर्ति शृंखलाओं में बाधा ने यह स्पष्ट कर दिया कि हमें विदेशी आपूर्ति पर निर्भर रहने की कीमत चुकानी पड़ती है। इसलिए, आत्मनिर्भर भारत केवल एक नारा नहीं, बल्कि राष्ट्र की सुरक्षा, आर्थिक सशक्तिकरण और राष्ट्रीय स्थायित्व का आधार है।

हमें अपने एमएसएमई क्षेत्र को पुनर्जीवित करना है, स्थानीय नवाचार को प्रोत्साहन देना है, और रणनीतिक क्षेत्रों में स्वदेशी उत्पादन को बढ़ाना है। इसके लिए नीति परिवर्तन, नागरिक जागरूकता, और उपभोक्ता का सक्रिय सहयोग आवश्यक है।

स्वदेशी एक आंदोलन नहीं, एक राष्ट्रीय कर्तव्य है

यह पुस्तिका हमारे अभियान का एक महत्वपूर्ण भाग है। इसका उद्देश्य केवल आलोचना नहीं, बल्कि जनचेतना का निर्माण, विकल्पों का प्रस्तुतीकरण, और नीति में परिवर्तन हेतु मार्गदर्शन देना है। हम चाहते हैं कि भारत का प्रत्येक नागरिक – चाहे वह छात्र हो, व्यापारी हो, नीति-निर्माता हो या गृहिणी – सभी स्वदेशी के सिपाही बनें।

चीनी और तुर्की उत्पादों का बहिष्कार, और विदेशी ई-कॉमर्स कंपनियों की नीतिगत समीक्षा केवल आर्थिक निर्णय नहीं, बल्कि राष्ट्रवादी संकल्प हैं। यह एक स्पष्ट संदेश है – "भारत अब केवल एक बाज़ार नहीं, बल्कि एक जागृत राष्ट्र है।"

हम अपने निर्णय स्वयं करेंगे, अपने उत्पाद स्वयं बनाएंगे, और अपने देश को आत्मनिर्भर बनाएंगे।

जन—जन का आह्वान

स्वदेशी जागरण मंच का यह अभियान किसी एक व्यक्ति, संस्था या दल का नहीं है — यह 130 करोड़ भारतीयों की चेतना का प्रतिनिधित्व करता है। हम सब मिलकर यह तय कर सकते हैं कि भारत की आर्थिक दिशा क्या होगी? हमारे दैनिक उपभोग के चुनाव, खरीदारी की आदतें, और नीति पर निर्णय हमारी जागरूकता से तय होगा।

आइए, हम सब मिलकर संकल्प लें —

हम स्वदेशी अपनाएंगे, हम आत्मनिर्भरता को बढ़ावा देंगे और हम भारत को आर्थिक रूप से स्वतंत्र, मज़बूत और गर्वित राष्ट्र बनाएंगे।

भारत एक बाज़ार नहीं, एक महान सभ्यता है। आइए, इसकी आर्थिक आत्मा की रक्षा करें।

देशव्यापी 'स्वदेशी सुरक्षा एवं स्वावलंबन अभियान' का हिस्सा बनें।



बहिष्कार क्यों?

1905 में बंगाल के विभाजन के दौरान शुरू किया गया 'स्वदेशी आंदोलन' एक प्रतिक्रियावादी आह्वान से कहीं अधिक था – यह आर्थिक आत्मनिर्भरता, राष्ट्रीय गरिमा और सांस्कृतिक स्वायत्तता का एक सचेत दावा था। इस आंदोलन के माध्यम से विदेशी वस्तुओं, विशेष रूप से ब्रिटिश उत्पादों का बहिष्कार करने और खादी एवं हस्तशिल्प जैसे भारतीय उद्योगों के पुनरुद्धार की वकालत की गई। यानि यह एक ऐसा रचनात्मक आंदोलन था, जिसने औपनिवेशिक शासन की आर्थिक नींव हिलाकर रख दी थी।

यह खुला सत्य है कि ब्रिटिश शासन की नींव भारत को आर्थिक रूप से परतंत्र कर लाभ कमाने के उद्देश्य पर रखी गई थी। ब्रिटिश शासन ने भारत को औद्योगिकीकरण से वंचित कर दिया, इसे उत्पादक अर्थव्यवस्था से ब्रिटिश वस्तुओं के लिए उपभोक्ता बाजार में बदल दिया। इस प्रकार ब्रिटिश उत्पादों का बहिष्कार केवल प्रतीकात्मक नहीं था, बल्कि शोषण के खिलाफ एक रणनीतिक उपकरण था। इसने भारतीय उत्पादकों को सशक्त बनाया और आर्थिक गतिविधि पर स्थानीय नियंत्रण बहाल किया।

आज की वैश्वीकृत दुनिया में भी आर्थिक साम्राज्यवादी शक्तियाँ अपने लाभ के लिए अलग प्रकार के हथकंडे अपनाकर हमें आर्थिक दृष्टि से कमजोर बनाने में लगी हैं। चीन के साथ भारत का बड़ा व्यापार घाटा चीन को सैन्य दृष्टि से मजबूत बना रहा है और भारतीय एमएसएमई को कमजोर कर रहा है। अमेज़न और वॉलमार्ट जैसी अमेरिकी डिजिटल दिग्गज कंपनियाँ भारतीय खुदरा व्यापार को शिकारी (प्रीडेटरी) मूल्य निर्धारण और एकाधिकार प्रथाओं के साथ नष्ट करने का प्रयास रही हैं, जिससे छोटे व्यापारी हाशिए पर जा रहे हैं। तुरा यह है कि तुर्की जैसे देश, राजनीतिक शत्रुता के बावजूद, भारतीय बाजारों से लाभ उठाते हैं।

बहिष्कार का एक समसामयिक संदर्भ है। इस बहिष्कार को शत्रुता के औजार के रूप में नहीं, बल्कि विदेशी कंपनियों की आर्थिक आक्रामकता के लिए

एक तर्कसंगत, रणनीतिक प्रतिक्रिया के रूप में देखा जाना चाहिए। यह आर्थिक राष्ट्रवाद का एक रूप है जिसका लक्ष्य घरेलू उद्योग, नौकरियों और संप्रभुता को बढ़ावा देना है। स्वदेशी वैश्वीकरण के विरुद्ध नहीं है, बल्कि राष्ट्रीय हितों की रक्षा और निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा सुनिश्चित करने का मार्ग है।

निष्कर्ष के तौर पर, बहिष्कार की ऐतिहासिक रणनीति आज भी प्रासंगिक है। आर्थिक स्वतंत्रता के बिना राजनीतिक स्वतंत्रता अधूरी है। स्वदेशी परंपरा में बहिष्कार भारत के आर्थिक भाग्य को पुनः प्राप्त करने की दिशा में एक कदम है।

राष्ट्रवाद का अर्थशास्त्र

(वैश्वीकृत बाजारों में रणनीतिक बहिष्कार के पीछे आर्थिक तर्क)

वैश्वीकरण के युग में, जहाँ माल, पूंजी और सेवाएँ आसानी से सीमाओं के पार जाती हैं, विदेशी उत्पादों का बहिष्कार करने का विचार, कुछ लोगों को प्रतिगामी या प्रतिकूल लग सकता है। लेकिन हमें समझना होगा कि रणनीतिक बहिष्कार न तो अलगाववादी है और न ही तर्कहीन है – यह आर्थिक आत्म-संरक्षण और राष्ट्रीय हित के दावे का व्यावहारिक उपकरण है।

व्यापार के खिलाफ नहीं, बल्कि शोषण के खिलाफ

स्वदेशी दृष्टिकोण स्वायत्तता या बंद अर्थव्यवस्था की वकालत नहीं करता है। लेकिन यह व्यापार और वैश्वीकरण का समर्थन तभी करता है जब वह निष्पक्ष, पारस्परिक और राष्ट्रीय विकास लक्ष्यों के साथ जुड़ा हो। एक वैश्वीकृत बाजार में, राष्ट्रों को अपनी आर्थिक संप्रभुता की रक्षा करना जरूरी है। जब विदेशी कंपनियाँ या देश शिकारी मूल्य निर्धारण, बाजार में हेरफेर, सस्ते माल की डंपिंग या डिजिटल एकाधिकार का फायदा उठाते हैं, तो वे घरेलू उद्योगों, नौकरियों और यहाँ तक कि राष्ट्रीय सुरक्षा को भी खतरे में डालते हैं। ऐसे परिदृश्य में, रणनीतिक बहिष्कार एक आर्थिक आवश्यकता बन जाता है।

चीन का मामला: एक पाठ्य पुस्तक उदाहरण

रणनीतिक बहिष्कार की आवश्यकता को समझने के लिए आइये चीन के साथ भारत के व्यापार संबंधों का उदाहरण लेते हैं। भारत के विशाल उपभोक्ता आधार और घरेलू उत्पादन की क्षमता के बावजूद, चीन इलेक्ट्रॉनिक्स, रसायन,

खिलौने और मोबाइल फोन जैसे क्षेत्रों पर हावी है। इसका परिणाम पिछले वर्ष 100 बिलियन डालर से अधिक का विशाल व्यापार घाटा है। इसके अलावा, चीनी उत्पादों की डंपिंग और अन्य अनैतिक हथकंडों के चलते भारतीय निर्माता, विशेष रूप से एमएसएमई, प्रतिस्पर्धा से बाहर हो जाते हैं।

लेकिन यहाँ मुद्दा केवल आर्थिक ही नहीं है – चीनी कंपनियाँ राज्य समर्थित हैं, उनका वैश्विक विस्तार एक भू-राजनीतिक रणनीति का हिस्सा है, और भारत के आयात से सीमा पर गतिविधियों सहित चीन के सैन्य बुनियादी ढाँचे को संसाधन मिलते हैं, जिनका उपयोग भारत के ही ख़िलाफ़ होता है।

इसलिए चीनी वस्तुओं का बहिष्कार करना आर्थिक और रणनीतिक दोनों तरह से ज़रूरी है, जिसका उद्देश्य निर्भरता को कम करना और भारत के औद्योगिक पारिस्थितिकी तंत्र को मज़बूत करना है।

ई-कॉमर्स दिग्गजों द्वारा डिजिटल उपनिवेशीकरण

भारत की एक और चिंता विदेशी ई-कॉमर्स बहुराष्ट्रीय कंपनियों द्वारा भारतीय खुदरा और उपभोक्ता डेटा पर अदृश्य कब्ज़ा को लेकर है। अमेज़न, वॉलमार्ट, फ़्लिपकार्ट जैसी कंपनियाँ स्थानीय कानूनों को दरकिनार कर भारी छूट देती हैं और एल्गोरिदम में हेरफेर करती हैं, जिससे छोटे व्यापारी हाशिए पर चले जाते हैं और पारंपरिक बाज़ार खत्म होने लगते हैं।

इसलिए, ऐसे प्लेटफॉर्म का रणनीतिक बहिष्कार या विनियामक प्रतिबंध, वैश्वीकरण को अस्वीकार करने के बारे में नहीं है – यह आर्थिक स्वायत्तता को पुनः प्राप्त करने और भारतीय उद्यमों को प्रतिस्पर्धा करने का उचित अवसर देने के बारे में है।

एक जागरूक उपभोक्ता विकल्प के रूप में बहिष्कार

आर्थिक राष्ट्रवाद को एक नागरिक-नेतृत्व वाले आंदोलन के रूप में देखा जाना चाहिए, जहाँ उपभोक्ता न केवल मूल्य-संवेदनशील खरीदार होता है, बल्कि एक जागरूक आर्थिक एजेंट भी होता है। स्थानीय चुनना, एमएसएमई का समर्थन करना और शत्रुतापूर्ण या शोषक स्रोतों से उत्पादों को अस्वीकार करना एक नैतिक और रणनीतिक कार्य बन जाता है।

हम कह सकते हैं कि रणनीतिक बहिष्कार अचानक की गई प्रतिक्रिया नहीं है। यह भारत की आर्थिक क्षमता के पुनर्निर्माण, संप्रभुता के साथ रोजगार की रक्षा और राष्ट्रीय सुरक्षा सुनिश्चित करने और असमान वैश्विक व्यवस्था में राष्ट्रीय विकास पर नियंत्रण स्थापित करने का जरूरी प्रयास है। स्वदेशी, आर्थिक संप्रभुता का मार्ग है और बहिष्कार इसका सुरक्षा कवच है।

वैश्विक व्यापार और डिजिटल वाणिज्य में भारत की चुनौतियां

वैश्वीकरण के युग में, नए रूपों में, औपनिवेशिक युग के शोषण की याद आती है। भारत का भारी व्यापार घाटा, विशेष रूप से चीन के साथ, एक अस्वस्थ निर्भरता को दर्शाता है। वित्त वर्ष 2024-25 में, चीन के साथ व्यापार घाटा 100 बिलियन डालर के पार पहुँच गया। चीन भारत को कई तरह के सामान निर्यात करता है – इलेक्ट्रॉनिक्स, मशीनरी, रसायन – जबकि अपेक्षाकृत भारत से कम आयात करता है। यह असंतुलन न केवल विदेशी मुद्रा भंडारों के क्षरण का कारण बन रहा है, बल्कि अप्रत्यक्ष रूप से चीन की सैन्यवाद और रणनीतिक शत्रुता को बढ़ावा देता है, जिसमें भारत की सीमाओं पर आक्रामकता भी शामिल है। इसके अलावा, चीनी आयात भारत के एमएसएमई को गंभीर रूप से नुकसान पहुंचा रहा है, जिससे स्थानीय विनिर्माण, रोजगार और नवाचार प्रभावित होते हैं।

हालांकि, समस्या केवल चीन तक ही सीमित नहीं है। अमेरिकी तकनीकी दिग्गज जैसे कि अमेज़ॅन, वॉलमार्ट (पिलपकार्ट), गूगल और फेसबुक के नेतृत्व में डिजिटल एकाधिकार के कारण लगता है कि भारत डिजिटल साम्राज्यवाद के जाल में फँसता जा रहा है। ये कंपनियाँ बहुत ज्यादा पैसे, अनियमित डेटा एक्सेस और डिजिटल मार्केटप्लेस पर एल्गोरिथम नियंत्रण के साथ काम करती हैं। शिकारी मूल्य निर्धारण और घाटे की रणनीति के ज़रिए, वे छोटे भारतीय खुदरा विक्रेताओं को विस्थापित करते हैं और देश की डेटा संप्रभुता को नष्ट करते हैं। उनका प्रभुत्व कराधान, विनियामक निरीक्षण और उपभोक्ता जानकारी तक पहुँच में विषमताएँ भी पैदा करता है, जो अक्सर भारतीय स्टार्टअप और उद्यमियों के लिए नुकसानदेह होता है।

इसी तरह, तुर्की जैसे देश, शत्रुतापूर्ण कूटनीतिक रुख के बावजूद, भारतीय बाजारों तक बेरोकटोक पहुँच का आनंद भी उठा रहे हैं। तुर्की जैसे देशों का भी आर्थिक बहिष्कार राष्ट्र हितों की सुरक्षा हेतु जरूरी है।

कोई भी इस बात से इंकार नहीं कर सकता कि आर्थिक नीति स्वदेशी सिद्धांतों पर आधारित होनी चाहिए— राष्ट्रीय हित, आत्मनिर्भरता और घरेलू उत्पादकों की गरिमा को प्राथमिकता दी जानी चाहिए। शत्रुतापूर्ण या शोषणकारी विदेशी वस्तुओं का बहिष्कार घृणा का कार्य नहीं है, बल्कि आत्म-संरक्षण और एक रणनीतिक सुधार है। यह एक बड़े आर्थिक राष्ट्रवाद का हिस्सा है जिसका उद्देश्य विदेशी आपूर्ति शृंखलाओं पर निर्भरता को कम करना, स्वदेशी उत्पादन को प्रोत्साहित करना, रोजगार सृजित करना और डिजिटल और आर्थिक संप्रभुता को सुरक्षित करना है।

नीतियों में सुधार, व्यापार पुनर्गठन और उपभोक्ता जागरूकता को महत्व देते हुए देश को एक बहुआयामी स्वदेशी रणनीति की जरूरत है। आर्थिक आजादी के लिए प्रतिरोध और पुनर्निर्माण के एक उपकरण के रूप में बहिष्कार एक आवश्यक जरूरत बन गया है। इसके साथ ही इतिहास में निहित स्वदेशी भावना आज भारत की वैश्विक आर्थिक चुनौतियों के संदर्भ में प्रासंगिक हो गई है।



चीन के खिलाफ मामला

चीन का बढ़ता आर्थिक प्रभुत्व भारत की औद्योगिक आत्मनिर्भरता और रणनीतिक स्वायत्तता के लिए खतरा बन चुका है। चीन के साथ भारत के आर्थिक जुड़ाव ने एक खतरनाक विषमता पैदा कर दी है, जो न केवल भारतीय मैन्युफैक्चरिंग को कमजोर कर रही है बल्कि एक शत्रुतापूर्ण पड़ोसी की अर्थव्यवस्था को भी पुष्ट कर रही है। ऐसे में चीन पर आर्थिक निर्भरता कम करने का आह्वान आर्थिक राष्ट्रवाद और राष्ट्रीय सुरक्षा दोनों के लिए जरूरी है।

वर्ष 2024-25 में, भारत के साथ चीन का व्यापार अधिशेष 99.2 बिलियन डालर तक पहुँच गया। यह आंकड़ा न केवल वाणिज्यिक असंतुलन को दर्शाता है, बल्कि एक गहरी संरचनात्मक निर्भरता को भी दर्शाता है। भारत चीनी सामानों की एक विस्तृत शृंखला का आयात करता है – इलेक्ट्रॉनिक घटक, स्मार्टफोन, मशीनरी, रसायन, एपीआई (सक्रिय दवा सामग्री), और खिलौने – जबकि बदले में बहुत कम निर्यात करता है। इस तरह की निर्भरता भारत के औद्योगिक आधार को नष्ट कर रही है, रोजगार सृजन में बाधा बन रही है और स्थानीय नवाचार को भी रोकती है।

व्यापार का यह प्रतिमान आकस्मिक नहीं है, बल्कि नीतिगत उपेक्षा और बाजार की आक्रामकता का प्रत्यक्ष परिणाम है। चीनी निर्माता लंबे समय से कृत्रिम रूप से कम कीमतों पर सब्सिडी वाले सामान को डंप करके भारतीय एमएसएमई को कमजोर करते रहे हैं। भारतीय कंपनियां, विशेष रूप से इलेक्ट्रॉनिक्स, सौर उपकरण और खिलौनों जैसे क्षेत्रों में, ढीले व्यापार प्रवर्तन और चीन के राज्य समर्थित निर्यात मॉडल द्वारा बनायी गई अनैतिक व्यापार व्यवस्था की शिकार हुई हैं। भारतीय नीतिकारों की उदासीनता ने भी देश की अर्थव्यवस्था को कमजोर करने का काम किया है।

यह खतरा पूरी तरह से आर्थिक नहीं है। भारी व्यापार अधिशेष अप्रत्यक्ष रूप से चीन के सैन्य निर्माण को वित्तपोषित करता है, जिसमें डोकलाम से लेकर गलवान तक भारत की सीमाओं पर उसका आक्रमण भी शामिल है। साथ ही, चीन

सक्रिय रूप से ऐप, दूरसंचार उपकरण और स्टार्टअप में निवेश के माध्यम से भारत के महत्वपूर्ण बुनियादी ढांचे और डिजिटल स्पेस में घुसपैठ करना चाहता है। इससे डेटा सुरक्षा, निगरानी और आर्थिक तोड़फोड़ के बारे में गंभीर चिंताएँ पैदा होती हैं।

चीन का रवैया नव-औपनिवेशिकवाद का एक प्रकार है। अनैतिक तरीके से बाजारों में वस्तुओं की बाढ़ लाना, और संप्रभुता को नष्ट करना – ब्रिटिश उपनिवेशवाद की आर्थिक रणनीति की याद दिलाता है। ऐसे में स्वदेशी का उपयोग और चीन का बहिष्कार ही सही मार्ग है। चीनी उत्पादों का बहिष्कार के साथ-साथ आयात कम करते हुए, स्थानीय विकल्पों को प्रोत्साहित कर राष्ट्रीय हित को प्राथमिकता देने वाली व्यापार नीति को फिर से तैयार करने के लिए ठोस कदम उठाने होंगे।

कुछ लोग तर्क देते हैं कि चीन से पूरी तरह से अलग होना अव्यावहारिक है। लेकिन समझना होगा कि चरणबद्ध, रणनीतिक दृष्टिकोण अपनाते हुए हम अपने लक्ष्य की ओर आगे बढ़ सकते हैं। हमें उन क्षेत्रों से शुरू करना होगा जहां भारत के पास आयात को प्रतिस्थापित करने की क्षमता है। सख्त गुणवत्ता मानकों, डंपिंग विरोधी उपायों और घरेलू उत्पादन के लिए प्रोत्साहन से यह संभव है।

भारतीय सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्योगों को बर्बाद कर रही चीनी डंपिंग

भारत के प्रति चीन की व्यापारिक रणनीति लंबे समय से चिंता का विषय रही है। चीन की डंपिंग की नीति के कारण, भारत के सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम को भारी नुकसान हुआ है। अर्थशास्त्री बार-बार यह चेतावनी देते रहे हैं कि चीन द्वारा भारत में सस्ते माल की बाढ़, भारतीय घरेलू उद्योगों को समाप्त कर आत्मनिर्भरता की नींव को कमजोर कर रही है।

डंपिंग क्या है?

डंपिंग वह स्थिति होती है जब कोई देश अपने उत्पादों को दूसरे देश में उनकी घरेलू कीमत से भी कम या उत्पादन लागत से नीचे बेचता है। इसका उद्देश्य बाजार पर कब्जा करना, स्थानीय उत्पादकों को बाहर करना और दीर्घकाल में उस बाजार पर एकाधिकार स्थापित करना होता है।

भारतीय एमएसएमई पर डंपिंग का प्रभाव

भारत में कई ऐसे क्षेत्र हैं जो डंपिंग से बुरी तरह प्रभावित हुए हैं, जैसे: खिलौने, इलेक्ट्रॉनिक्स और विद्युत उपकरण, कपड़ा और परिधान, स्टील और रसायन, सिरैमिक, कांच और सजावटी सामान आदि।

इन क्षेत्रों में एमएसएमई का दबदबा रहा है, जो सीमित पूंजी और तकनीकी संसाधनों के साथ काम करते रहे हैं। लेकिन जब चीनी उत्पाद सस्ते दामों पर बाजार में आते हैं, तो ये घरेलू इकाइयाँ प्रतिस्पर्धा नहीं कर पातीं और उन्हें बंद होना पड़ता है।

डंपिंग के प्रमाण

भारत सरकार ने समय-समय पर चीनी उत्पादों के खिलाफ एंटी-डंपिंग जांच शुरू की है। वर्ष 2023 तक, चीन के कई उत्पादों पर 100 से अधिक एंटी-डंपिंग शुल्क लगाए जा चुके हैं। बावजूद इसके, चीन अक्सर तीसरे देशों के माध्यम से माल भेजकर इन प्रतिबंधों को चकमा देता रहा है।

डंपिंग का सीधा असर भारत-चीन व्यापार घाटे पर पड़ा है, जो 2024-25 में 99.2 बिलियन डॉलर तक पहुँच गया। उपभोक्ताओं को सस्ते माल की डंपिंग से अल्पकालिक लाभ तो मिल सकता है, पर दीर्घकाल में यह भारत की निर्माण क्षमता और रोजगार के लिए घातक है।

रणनीतिक खतरे

चीन केवल आर्थिक लाभ के लिए नहीं, बल्कि अपने भू-राजनीतिक प्रभाव को बढ़ाने के लिए भी डंपिंग का प्रयोग करता है। इसलिए भारत को चाहिए कि वो डिकप्लिंग की रणनीति बनाकर चीन को भारतीय बाजारों से बाहर करे। इसके लिए निम्नलिखित उपाय संभव हैं:

- कड़े एंटी-डंपिंग शुल्क
 - "मेक इन इंडिया" के माध्यम से घरेलू उद्योगों को सशक्त करना
 - उपभोक्ताओं में स्वदेशी वस्तुओं के प्रति जागरूकता
 - सरकारी खरीद में स्वदेशी उत्पादों को प्राथमिकता
- समझना होगा कि चीन की डंपिंग नीति केवल अनुचित व्यापार नहीं, बल्कि

एक संगठित रणनीति है जो भारत की औद्योगिक रीढ़ को तोड़ने का प्रयास करती है। इस खतरे से निपटने के लिए नीतिगत हस्तक्षेप, प्रभावी प्रवर्तन, और आर्थिक राष्ट्रवाद की निचले स्तर तक पहुँच आवश्यक है। अन्यथा भारत एक उपभोक्ता बाजार बनकर रह जाएगा, और एक वैश्विक उत्पादक शक्ति बनने का लक्ष्य प्राप्त करना कठिन हो जाएगा।

सीमा पर चीनी आक्रामकता: गलवान घाटी और रणनीतिक घेराबंदी

चीन की भारत के प्रति आक्रामकता केवल आर्थिक क्षेत्र तक सीमित नहीं है। वर्ष 2020 की गलवान घाटी की झड़प और उसके साथ-साथ चीन की रणनीतिक घेराबंदी की नीति यह दर्शाती है कि चीन भारत की संप्रभुता और रणनीतिक स्वतंत्रता को कमजोर करने की योजनाबद्ध कोशिश कर रहा है।

जून 2020 में भारत और चीन के सैनिकों के बीच गलवान घाटी में हुई हिंसक झड़प ने चार दशकों से चली आ रही शांति को तोड़ दिया। भारतीय सैनिकों ने बहादुरी से सीमा की रक्षा की, पर यह घटना चीन की विस्तारवादी मानसिकता को उजागर करती है।

यह केवल एक सीमावर्ती झड़प नहीं थी, बल्कि चीन की उस भू-राजनीतिक आक्रामकता का हिस्सा थी जिसका उद्देश्य भारत को डराना और वास्तविक नियंत्रण रेखा (एलएसी) पर यथास्थिति को बदलना था।

कई दौर की वार्ताओं के बावजूद चीन ने अभी तक पूरी तरह से पीछे हटने का वादा नहीं निभाया है। इससे यह स्पष्ट होता है कि चीन शांतिपूर्ण सहअस्तित्व के प्रति प्रतिबद्ध नहीं है। गलवान एक चेतावनी थी कि राष्ट्रीय सुरक्षा को आर्थिक नीति से अलग नहीं देखा जा सकता।

रणनीतिक घेराबंदी की नीति

चीन भारत के चारों ओर राजनीतिक, सैन्य और आर्थिक प्रभाव स्थापित करने की कोशिश रहा है। इसके प्रमुख उदाहरण हैं –

- पाकिस्तान के ग्वादर बंदरगाह पर नियंत्रण (सीपीईसी के तहत)
- श्रीलंका के हम्बनटोटा बंदरगाह पर 99 वर्षों का पट्टा
- नेपाल और बांग्लादेश में भारी चीनी निवेश

- हिंद महासागर क्षेत्र में चीन की नौसैनिक सक्रियता

समझना होगा कि ये केवल आर्थिक परियोजनाएँ नहीं हैं, बल्कि भारत को घेरने और रणनीतिक रूप से कमजोर करने की सोची-समझी रणनीति है।

आर्थिक निर्भरता: एक रणनीतिक कमजोरी

जब चीन सीमा पर सैनिकों के साथ आक्रामकता दिखा रहा था, तब भारतीय बाजारों में मोबाइल फोन से लेकर इलेक्ट्रॉनिक्स और उद्योगों के कच्चे माल तक चीनी उत्पादों की बाढ़ आई हुई थी। इस प्रकार की आर्थिक निर्भरता, भारत की रणनीतिक प्रतिक्रिया की क्षमता को कमजोर करती है।

स्वदेशी का आह्वान

सीमा पर चीनी आक्रामकता और उसके चारों ओर की घेराबंदी नीति के मद्देनजर, एक समग्र स्वदेशी रणनीति की ज़रूरत है, जिसमें चीनी आयात में कटौती, 'आत्मनिर्भर भारत' के तहत घरेलू उद्योगों को प्रोत्साहन, संवेदनशील क्षेत्रों में चीनी निवेश पर रोक और सीमा पर अवसंरचना और रक्षा क्षमताओं को सुदृढ़ करना शामिल है।

आर्थिक राष्ट्रवाद और राष्ट्रीय सुरक्षा एक-दूसरे से अलग नहीं हो सकते। भारत को अपनी चीन नीति की व्यापक समीक्षा करनी चाहिए – सिर्फ सीमाओं पर नहीं, बल्कि बाजार, निवेश और डिजिटल स्पेस तक।

भारतीय डिजिटल क्षेत्र में चीन की उपस्थिति: ऐप्स, स्मार्टफोन और इलेक्ट्रॉनिक्स

चीन की भारत के डिजिटल क्षेत्र में गहरी पैठ, केवल आर्थिक ही नहीं, बल्कि राष्ट्रीय सुरक्षा के दृष्टिकोण से भी एक गंभीर चिंता का विषय है। चीनी डिजिटल उत्पादों – जैसे स्मार्टफोन, उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक्स और मोबाइल ऐप्स – की अंधाधुंध पैठ भारत की आत्मनिर्भरता और संप्रभुता के लिए खतरा बन रही है।

स्मार्टफोन और इलेक्ट्रॉनिक्स में प्रभुत्व

आज भारत के स्मार्टफोन बाजार का 70 प्रतिशत से अधिक हिस्सा चीनी कंपनियों जैसे ज़ियाओमी, वीवो, ओप्पो, रियलम और वनप्लस के कब्जे में है।

विशेषकर मध्यम और बजट श्रेणी के उपकरणों में ये कंपनियां भारतीय और अन्य विदेशी ब्रांड्स को बाहर कर चुकी हैं। यही स्थिति उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक्स जैसे टेलीविजन, वियरेबल्स और घरेलू उपकरणों में भी देखी जा सकती है, जहां चीनी कंपनियां सस्ते दाम और बड़े पैमाने पर उत्पादन के जरिए भारतीय निर्माताओं को पीछे छोड़ रही हैं।

यह प्रभुत्व केवल विदेशी मुद्रा का भारी बहिर्वाह ही नहीं करता, बल्कि देश में घरेलू विनिर्माण को भी कमजोर करता है और आर्थिक निर्भरता को जन्म देता है, जिसका उपयोग चीन रणनीतिक रूप से कर सकता है। हालांकि यह स्थिति अटल नहीं है और उचित नीतियों से बदली जा सकती है।

मोबाइल ऐप्स और डेटा सुरक्षा

भारत सरकार द्वारा 200 से अधिक चीनी ऐप्स पर प्रतिबंध लगाने से पहले, टिकटॉक, शेयरइट, यूसी ब्राउज़र जैसे ऐप्स करोड़ों भारतीयों के जीवन का हिस्सा बन चुकी थीं। ये ऐप्स विशाल मात्रा में उपयोगकर्ताओं का डेटा इकट्ठा कर रहे थे, जिसे अक्सर चीन में स्थित सर्वरों पर संग्रहित किया जाता था। इससे भारत की डिजिटल संप्रभुता को लेकर गंभीर प्रश्न खड़े हुए।

इसे "डिजिटल उपनिवेशवाद" कहा जा सकता है। जहां एक विदेशी शक्ति सूचना और डिजिटल मंचों को नियंत्रित करती है। यह परंपरागत उपनिवेशवाद जितना ही खतरनाक हो सकता है। मजबूत डेटा संरक्षण कानून, स्थानीय ऐप विकास और सरकार-समर्थित प्लेटफार्मों के द्वारा इस स्थिति से निपटा जा सकता है।

रणनीतिक खतरे और राष्ट्रीय सुरक्षा

आर्थिक मुद्दों से इतर, चीनी डिजिटल उत्पादों की घुसपैठ राष्ट्रीय सुरक्षा के लिए भी खतरा बन सकती है। आशंका है कि इन उत्पादों में जासूसी या निगरानी के उपकरण छिपे हो सकते हैं, जो भारत की रक्षा, दूरसंचार और अन्य संवेदनशील क्षेत्रों के लिए खतरा बन सकते हैं।

राष्ट्रीय रणनीति के तहत टेलिकॉम, रक्षा और महत्वपूर्ण बुनियादी ढांचे में चीनी उत्पादों की निर्भरता कम करना आवश्यक है।

नीति-स्तरीय हस्तक्षेप

स्वदेशी जागरण मंच, द्वारा सिफारिश की गयी है कि –

- डिजिटल और तकनीकी क्षेत्रों में प्रत्यक्ष विदेशी निवेश (एफडीआई) पर सख्त निगरानी रखी जाए।
- पीएलआई (उत्पादन आधारित प्रोत्साहन योजना) जैसी योजनाओं के माध्यम से घरेलू इलेक्ट्रॉनिक्स निर्माण को बढ़ावा दिया जाए
- भारतीय ऐप डेवलपर्स और डिजिटल प्लेटफार्मों का संरक्षण दिया जाए
- जन जागरूकता अभियान, जिससे उपभोक्ता राष्ट्रहित को ध्यान में रखते हुए खरीदारी करें

यह संरक्षणवाद का समर्थन नहीं है बल्कि एक रणनीतिक आर्थिक नीति की जरूरत है। भारत के डिजिटल क्षेत्र पर नियंत्रण पाना केवल व्यवसाय की बात नहीं, बल्कि आत्मनिर्भरता और राष्ट्रीय सम्मान का प्रश्न है। 'आत्मनिर्भर भारत' का सपना तभी साकार होगा जब भारत अपने डिजिटल क्षेत्र को स्वतंत्र और सुरक्षित बनाएगा।

स्वदेशी जागरण मंच का नीति-स्तर और उपभोक्ता-स्तर पर प्रतिरोध का आह्वान

स्वदेशी जागरण मंच, चीन की बढ़ती आर्थिक घुसपैठ के विरुद्ध लगातार आवाज उठाता रहा है। मंच चीन के खिलाफ नीति-स्तर और उपभोक्ता-स्तर दोनों पर संगठित प्रतिरोध का आह्वान करता रहा है।

नीति-स्तर पर प्रतिरोध

स्वदेशी जागरण मंच ने सरकार से ऐसे कई कदम उठाने की माँग की है जो चीन पर निर्भरता को कम करें और भारतीय उद्योगों को प्रोत्साहन दें। इनमें प्रमुख रूप से शामिल हैं –

- चीनी उत्पादों पर उच्च शुल्क और गैर-शुल्क बाधाएं लगाने की सिफारिश, जिससे भारतीय उद्योगों को प्रतिस्पर्धा में राहत मिले।
- एफडीआई नीति में सख्ती, विशेषकर पड़ोसी देशों से आने वाले निवेश पर निगरानी।

- चीन से आयातित वस्तुओं की गुणवत्ता की जांच और सुरक्षा मानकों का सख्ती से पालन।
- टेंडर और सरकारी खरीद में चीनी कंपनियों के बहिष्कार की नीति अपनाना।
- 'मेक इन इंडिया' और 'वोकल फॉर लोकल' अभियान को नीतिगत और वित्तीय समर्थन देना।

सरकार की नीतियों में राष्ट्रीय हित और सुरक्षा को प्राथमिकता मिलनी चाहिए। बिना रणनीतिक सोच के व्यापार, आत्मनिर्भरता के मार्ग में बाधा है।

उपभोक्ता-स्तर पर प्रतिरोध

नीतियों के साथ महत्वपूर्ण है आम नागरिक की भूमिका। स्वदेशी जागरण मंच उपभोक्ताओं से अपील करता है कि वे चीनी उत्पादों का बहिष्कार करें और स्वदेशी विकल्पों को अपनाएं। जब उपभोक्ता जागरूक होते हैं और राष्ट्रहित में अपने विकल्प तय करते हैं, तभी सच्चा आर्थिक परिवर्तन आता है।

“स्वदेशी केवल उत्पादन की बात नहीं है, यह उपभोग की भी नीति है।”

स्वदेशी जागरण मंच जन-जागरण अभियान, प्रदर्शन, चर्चा सत्र, और सोशल मीडिया मुहिम के जरिए आम जनता को यह समझाने की कोशिश कर रहा है कि सस्ते चीनी सामान का मोह दीर्घकालिक राष्ट्रीय नुकसान का कारण बन सकता है।

स्वदेशी जागरण मंच का दृष्टिकोण दोहरी रणनीति पर आधारित है – नीति निर्माण के स्तर पर सरकार को दिशा देना और उपभोक्ता स्तर पर जन-सहभागिता को प्रेरित करना। चीन के आर्थिक वर्चस्व का प्रतिरोध केवल सरकार की जिम्मेदारी नहीं, बल्कि हर भारतीय की नैतिक जिम्मेदारी है। यदि भारत को आत्मनिर्भर और सुरक्षित राष्ट्र बनाना है, तो नीति और उपभोक्ता – दोनों को एक साथ जागना/जगाना होगा।



तुर्की के खिलाफ मामला

तुर्की द्वारा कश्मीर मुद्दे पर पाकिस्तान को खुले तौर पर समर्थन देना भारत की संप्रभुता और कूटनीतिक हितों के लिए गंभीर चिंता का विषय है। राष्ट्रपति रेसेप तैय्यप एर्दोगन के नेतृत्व में तुर्की ने संयुक्त राष्ट्र जैसे अंतरराष्ट्रीय मंचों पर बार-बार कश्मीर का मुद्दा उठाया है और अनुच्छेद 370 को हटाने जैसे भारत के आंतरिक निर्णयों पर भी सवाल उठाए हैं।

यह केवल प्रतीकात्मक विरोध नहीं है। तुर्की की यह भूमिका पाकिस्तान के विरोधी एजेंडे के साथ मेल खाती है और इस्लामी दुनिया में नेतृत्व प्राप्त करने की उसकी महत्वाकांक्षा को दर्शाती है। भारत के आंतरिक मामलों में इस प्रकार का हस्तक्षेप पूरी तरह से अस्वीकार्य है।

स्वदेशी जागरण मंच तुर्की के इस रवैये की तीव्र निंदा करता है। मंच का मानना है कि जब कोई भी देश – चाहे वह चीन हो या तुर्की – भारत की संप्रभुता को चुनौती देता है या शत्रुतापूर्ण राष्ट्रों के साथ खड़ा होता है, तब उसका प्रतिकार केवल राजनयिक स्तर पर नहीं, बल्कि आर्थिक और सामाजिक स्तर पर भी किया जाना चाहिए।

इसलिए भारत और तुर्की के बीच आर्थिक, सांस्कृतिक और शैक्षिक संबंधों की रणनीतिक समीक्षा होनी चाहिए। इसमें भारतीय संस्थानों में तुर्की के प्रभाव को समाप्त करना, व्यापार समझौतों की समीक्षा करना और तुर्की से संबंधित उत्पादों व सेवाओं के प्रति उपभोक्ताओं को जागरूक करना शामिल है। जैसे स्वदेशी आंदोलन ने आत्मनिर्भरता और रणनीतिक प्रतिरोध की भावना को आगे बढ़ाया था, वैसे ही स्वदेशी जागरण मंच ने तुर्की की नीतियों को एक चेतावनी मानते हुए नीति-स्तर और उपभोक्ता-स्तर पर सतर्कता की मांग की है।

तुर्की की केवल राजनयिक और वैचारिक गतिविधियाँ ही नहीं, बल्कि उसके द्वारा भारत में हो रहे मीडिया और शिक्षा क्षेत्र में निवेश भी चिंता का विषय बनते जा रहे हैं। राष्ट्रपति एर्दोगन के नेतृत्व में तुर्की की नीतियाँ न केवल इस्लामी

राजनीति को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर बढ़ावा देने की कोशिश कर रही हैं, बल्कि भारत में वैचारिक घुसपैठ का भी प्रयास हो रहा है।

भारत में कुछ डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म और चैनल ऐसे हैं जो तुर्की के सहयोग से सामग्री प्रसारित कर रहे हैं, जिनमें ऐतिहासिक धारावाहिकों और वृत्तचित्रों के माध्यम से एक खास इस्लामी विमर्श को बढ़ावा दिया जा रहा है। ये सामग्री अक्सर भारत के सामाजिक ताने-बाने के विपरीत और पश्चिम एशियाई इस्लामी गौरव गाथाओं पर आधारित होती हैं, जो वैचारिक रूप से विभाजनकारी हो सकती हैं।

कुछ गैर-सरकारी संगठनों और शैक्षणिक संस्थानों के माध्यम से तुर्की ने भारत में इस्लामी अध्ययन, भाषाई सहयोग और छात्रवृत्ति जैसी योजनाओं के ज़रिए अपना प्रभाव बढ़ाने की कोशिश की है। ये प्रयास केवल शैक्षणिक आदान-प्रदान नहीं, बल्कि दीर्घकालिक वैचारिक प्रभाव स्थापित करने की रणनीति का हिस्सा माने जा सकते हैं।

विदेशी निवेश का मूल्यांकन केवल आर्थिक लाभ के आधार पर नहीं, बल्कि राष्ट्रीय हित और वैचारिक सुरक्षा के आधार पर किया जाना चाहिए। तुर्की जैसे राष्ट्र जो भारत के खिलाफ स्पष्ट वैचारिक रुख रखते हैं, उनके आर्थिक और सांस्कृतिक निवेशों पर विशेष निगरानी आवश्यक है। भारत सरकार को तुर्की से जुड़े मीडिया और शैक्षणिक निवेशों की समीक्षा करनी चाहिए, ताकि भारत की सांस्कृतिक और वैचारिक स्वतंत्रता अक्षुण्ण रह सके। उपभोक्ताओं और नागरिकों से भी अपील है कि वे ऐसे प्रभावों के प्रति सतर्क रहें और आत्मनिर्भर तथा राष्ट्रवादी सोच को बढ़ावा दें।

स्वदेशी जागरण मंच का स्पष्ट मानना है कि जब कोई देश भारत विरोधी रुख अपनाता है, तो उसका आर्थिक बहिष्कार राष्ट्रवादी नीति के अनुरूप होता है। आर्थिक विमुखता एक रणनीतिक प्रतिक्रिया है, जो भारतीय उत्पादकों को संरक्षण देती है और आत्मनिर्भर भारत के लक्ष्य को मजबूत करती है।

तुर्की से होने वाले व्यापार और निवेश को भारतीय या मित्र देशों के माध्यम से प्रतिस्थापित किया जा सकता है। इस प्रक्रिया से भारत अपनी आपूर्ति शृंखला को भरोसेमंद और मित्रवत स्रोतों की मदद से बदल सकता है।

तुर्की के साथ आर्थिक विमुखता कोई भावनात्मक आवेश नहीं, बल्कि एक

दूरदर्शी और राष्ट्रहित-सम्मत नीति है।

स्वदेशी जागरण मंच, स्वदेशी विचारधारा के अनुरूप, जनता और नीति निर्माताओं से आह्वान करता है कि वे तुर्की की वैचारिक शत्रुता को गंभीरता से लें और आत्मनिर्भर भारत के निर्माण की दिशा में तुर्की से होने वाले प्रभावों को सीमित करें।



विशालकाय ई-कॉमर्स कंपनियां: नये रूप में ईस्ट इंडिया कंपनी

18वीं शताब्दी में ब्रिटिश ईस्ट इंडिया कंपनी भारत में एक व्यापारिक कंपनी के रूप में आई और धीरे-धीरे उसने देश पर पूर्ण राजनीतिक नियंत्रण स्थापित कर लिया। उसी तरह की स्थिति आमेजन, वॉलमार्ट (पिलपकार्ट) और अन्य विदेशी डिजिटल कंपनियों के माध्यम से आधुनिक भारत में दोहराई जा रही है। ये कंपनियाँ मात्र बाज़ार की भागीदार नहीं हैं, बल्कि “डिजिटल उपनिवेशवादी” हैं, जो भारत की आर्थिक संप्रभुता, लघु व्यवसायों और उपभोक्ता डेटा पर नियंत्रण स्थापित कर रही हैं।

किराना दुकानों और एमएसएमई पर आघात

भारत का पारंपरिक खुदरा क्षेत्र लगभग 1.2 करोड़ किराना दुकानों पर आधारित है, जो देश की खुदरा अर्थव्यवस्था की रीढ़ हैं। इसके साथ ही, सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यम (एमएसएमई) करोड़ों लोगों को आजीविका प्रदान करते हैं। ये व्यवसाय स्थानीय संबंधों, कम लागत और सीमित संसाधनों के माध्यम से चलाए जाते हैं।

लेकिन आमेजन और पिलपकार्ट जैसी कंपनियाँ भारी पूंजी और वैश्विक पहुंच के आधार पर अत्यधिक छूट, फ्लैश सेल्स, और विशेष सौदों के माध्यम से इन पर हमला कर रही हैं। इनकी नीतियाँ स्वाभाविक प्रतिस्पर्धा को समाप्त कर डिजिटल एकाधिकार कायम करने की ओर बढ़ रही हैं। सच्चाई तो यह है कि यह प्रतिस्पर्धा नहीं, बल्कि एल्गोरिद्म और पूंजी के बल पर किया गया उपनिवेशवाद है।”

ये कंपनियाँ शोषणकारी मूल्य निर्धारण (प्रीडेटरी प्राइसिंग) के माध्यम से वस्तुएँ लागत से कम कीमत पर बेचती हैं ताकि प्रतिस्पर्धी समाप्त हो जाएँ और ये कंपनियाँ पूरा बाज़ार अपने कब्जे में ले सकें। भारत में मल्टी-ब्रांड रिटेल के लिए एफडीआई नियम ऐसे कार्यों पर रोक लगाते हैं, लेकिन ये कंपनियाँ पसंदीदा

विक्रेताओं और छिपी सहायक कंपनियों के ज़रिए इन नियमों को चकमा देती हैं।

ये कंपनियाँ नीति निर्माण को प्रभावित करने के लिए बड़े स्तर पर लॉबिंग करती हैं। वे खुद को नवाचार और एमएसएमई समर्थक के रूप में प्रस्तुत करती हैं, लेकिन वास्तव में, इनके एल्गोरिदम और डेटा उपयोग नीति भारतीय विक्रेताओं को निर्भरता और असमानता की स्थिति में डालते हैं।

डेटा एकाधिकार और उपभोक्ता का शोषण

आज डिजिटल कॉमर्स केवल वस्तुओं का व्यापार नहीं है, बल्कि यह डेटा का व्यापार है। उपभोक्ताओं की हर खोज, क्लिक और खरीद डेटा के रूप में संग्रहित होती है, जिसे ये कंपनियाँ अपनी व्यावसायिक रणनीतियों में उपयोग करती हैं। लेकिन यह डेटा अक्सर बिना पारदर्शिता और उत्तरदायित्व के, विदेशों में संग्रहीत और संसाधित होता है।

समझना होगा कि डेटा नया तेल है, और भारत उसे विदेशी कंपनियों को मुफ्त में नहीं सौंप सकता। ये कंपनियाँ उपभोक्ता व्यवहार, मूल्य संवेदनशीलता और भौगोलिक झुकावों का विश्लेषण कर न केवल आपूर्ति नियंत्रित करती हैं, बल्कि उपभोक्ता की सोच पर भी प्रभाव डालती हैं।

एक राष्ट्रीय डिजिटल कॉमर्स नीति की आवश्यकता

इन खतरों को देखते हुए, एक व्यापक और मजबूत राष्ट्रीय डिजिटल कॉमर्स नीति की तत्काल आवश्यकता है। स्वदेशी जागरण मंच लंबे समय से निम्नलिखित माँगें कर रहा है:

1. शोषणकारी मूल्य निर्धारण पर स्पष्ट रोक और पारदर्शी मूल्य नीति।
2. डेटा स्थानीयकरण की अनिवार्यता – भारतीय डेटा भारत में ही रहे।
3. सभी विक्रेताओं को समान एल्गोरिदमिक दृश्यता।
4. प्लेटफॉर्म और विक्रेताओं के बीच संबंधों की निगरानी।
5. एक स्वतंत्र ई-कॉमर्स नियामक संस्था की स्थापना।

इस नीति का उद्देश्य एक ऐसा संतुलित डिजिटल बाज़ार बनाना है, जहाँ स्थानीय किराना स्टोर, स्टार्टअप और एमएसएमई निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा में भाग ले।

ये ई-कॉमर्स कंपनियाँ बाज़ार के सहायक नहीं, बल्कि डिजिटल साम्राज्यवादी

हैं। ये कंपनियाँ ऐसी व्यापार नीतियों को लागू करती हैं जो भारतीय उद्यमियों को सशक्त नहीं करती, बल्कि उन्हें अपने प्लेटफॉर्म पर आर्थिक रूप से गुलाम बनाती हैं। जैसे ईस्ट इंडिया कंपनी व्यापार के नाम पर आई और भारत पर शासन करने लगी, वैसे ही ये ई-कॉमर्स कंपनियाँ तकनीक और सुविधा के नाम पर हमारी अर्थव्यवस्था को नियंत्रित कर रही हैं।

स्वदेशी विकल्प और जनजागरण

स्वदेशी जागरण मंच का आह्वान है कि यह काम सरकार के नीति-निर्माण तक सीमित नहीं है, बल्कि जनता को भी डिजिटल उपनिवेशवाद के खतरे को समझना जरूरी है। उपभोक्ताओं को चाहिए कि वे स्थानीय उत्पादों, भारतीय प्लेटफॉर्मों, और डेटा पारदर्शिता को प्राथमिकता दें।

भारत आज एक चौराहे पर खड़ा है, या तो वह इन डिजिटल साम्राज्यवादी कंपनियों का उपनिवेश बन जाए, या आत्मनिर्भरता और डिजिटल संप्रभुता के रास्ते पर आगे बढ़े। यह निर्णय केवल सरकार का नहीं, बल्कि प्रत्येक नागरिक, नीति-निर्माता और उपभोक्ता का भी है।

अब समय है डिजिटल स्वतंत्रता की नई लड़ाई लड़ने का।

शोषणकारी मूल्य निर्धारण (प्रीडेटरी प्राइसिंग) और विदेशी-स्वामित्व वाले डिजिटल एकाधिकारों पर कड़ा नियंत्रण लागू करना समय की जरूरत है।

भारत में ई-कॉमर्स और डिजिटल सेवा क्षेत्र में विदेशी कंपनियाँ – विशेषकर आमेजन, फिलिपकार्ट (वालमार्ट), उबर, नेटफ्लिक्स, गूगल, फेसबुक – न केवल बड़े पैमाने पर बाजार हिस्सेदारी पर कब्जा कर चुकी हैं, बल्कि वे मूल्य-निर्धारण, डेटा नियंत्रण और उपभोक्ता व्यवहार को भी प्रभावित कर रही हैं।

इन कंपनियों की शोषणकारी मूल्य रणनीति (प्रीडेटरी प्राइसिंग) और विकेंद्रीकरण-विरोधी बाजार रणनीतियाँ घरेलू प्रतिस्पर्धा, खासकर एमएसएमई, स्टार्टअप्स और स्थानीय खुदरा विक्रेताओं के लिए मौत की घंटी बनती जा रही हैं। शुरुआती छूट और भारी सब्सिडी के ज़रिए ये कंपनियाँ स्थानीय दुकानों को बाहर कर देती हैं।

एक बार प्रतिस्पर्धी समाप्त हो जाने पर कीमतें बढ़ा दी जाती हैं – जिससे उपभोक्ता का दीर्घकालिक नुकसान होता है।

डेटा से एकाधिकार

विदेशी कंपनियाँ उपभोक्ता डेटा और एल्गोरिद्मिक नियंत्रण का उपयोग कर, अपनी सेवाओं को ज़बरदस्ती थोपती हैं और छोटे खिलाड़ियों की दृश्यता समाप्त कर देती हैं। इन कंपनियों की लॉबिंग ताकत इतनी है कि वे नीतियों को अपने हित में मोड़ने की कोशिश करती हैं (जैसा कि विभिन्न रिपोर्टों व संसदीय जांचों में उजागर हुआ है)

एमएसएमई का बहिष्करण: छोटे व्यवसायों को इन प्लेटफॉर्म पर समान अवसर नहीं मिलते, जिससे वे डिजिटल अर्थव्यवस्था से बाहर रह जाते हैं।

सिफारिशें:

1. कम्पटीशन लॉ (प्रतिस्पर्धा कानून) को सख्ती से लागू किया जाए। भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग (सीसीआई) को विशेष अधिकार दिए जाएँ कि वह डिजिटल बाजारों में प्रिडेटरी प्राइसिंग के मामलों का स्वतः संज्ञान लेकर जाँच कर सके।

6 महीने से अधिक समय तक चलने वाली "लॉस-लीडिंग सेल्स" (घाटे में बेचने) पर प्रतिबंध लगे।

डिजिटल मार्केट एक्ट (डीएमए) जैसी नीति लाई जाए: यूरोप की तरह भारत को भी एक डिजिटल प्लेटफॉर्म नियमन नीति बनानी चाहिए जो "गेटकीपर्स" (आमेजन वी, गूगल जैसे) के लिए अलग नियम बनाए। प्लेटफ़ार्मों को अपने चहेते विक्रेता रखने की छूट नहीं होनी चाहिए। चहेता विक्रेता रखने पर कानूनी प्रतिबंध लगाने चाहिए।

3. डेटा औपनिवेशिकता पर नियंत्रण:

उपभोक्ता डेटा के आधार पर किसी भी प्रकार का मूल्य भेदभाव, प्रचार या सर्च बायसिंग रोकने के लिए डेटा विनियमन निकाय बने।

भारतीय डेटा का भंडारण और नियंत्रण भारत में ही अनिवार्य किया जाए।

4. भारतीय एमएसएमई के लिए समान अवसर नियम:

प्रत्येक डिजिटल मार्केटप्लेस को अनिवार्य किया जाए कि कम-से-कम 50 प्रतिशत प्रदर्शित विक्रेता भारतीय एमएसएमई हों।

उनके लिए शून्य या न्यूनतम कमीशन, डिजिटल स्किल ट्रेनिंग, और ओएनडीसी जैसे विकल्पों से जोड़ा जाए।

5. बार-बार क़ानून तोड़ने वालों के लिए दंड:

जो कंपनियाँ बार-बार प्रिडेटरी प्राइसिंग या डेटा उल्लंघन में दोषी पाई जाएँ, उनके लाइसेंस को निलंबित या रद्द किया जाए।

हमें समझना होगा कि “ये डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म बाज़ार-सहायक नहीं, बल्कि डिजिटल उपनिवेशवादी हैं।”

इसलिए, भारत को अपनी डिजिटल संप्रभुता और प्रतिस्पर्धात्मक पारिस्थितिकी को बचाने के लिए अब कठोर नियम, निष्पक्ष प्रवर्तन और स्वदेशी मंचों को बढ़ावा देने की आवश्यकता है।

यह केवल बाज़ार की बात नहीं – यह आर्थिक स्वतंत्रता, उपभोक्ता अधिकार, और राष्ट्रीय हित का प्रश्न है।



स्वदेशी विकल्प – भारत क्या कर सकता है?

आज जब भारत वैश्विक व्यापार, डिजिटल अर्थव्यवस्था और उत्पादन में विदेशी वर्चस्व का सामना कर रहा है, तो उससे उबरने का रास्ता केवल आत्मनिर्भरता और स्वदेशी निर्माण में ही निहित है। इस अध्याय में एक ऐसे आर्थिक मॉडल की रूपरेखा प्रस्तुत की गई है जिससे भारत को बाहरी निर्भरता से मुक्त कर, स्थानीय ताकतों के बल पर सशक्त बनाया जा सकता है, जैसा कि स्वदेशी जागरण मंच लगातार कहता रहा है।

स्वदेशी आंदोलन जिसने आज़ादी के संघर्ष को ऊर्जा दी थी, वह आज के दौर में भी उतना ही प्रासंगिक है। वर्तमान में लक्ष्य विदेशी पूंजी और डिजिटल औपनिवेशिकता के खिलाफ़ भारत को आत्मनिर्भर बनाना है। यह केवल विदेशी उत्पादों का बहिष्कार नहीं, बल्कि राष्ट्रीय पुनर्निर्माण की रचनात्मक योजना है।

1. स्थानीय आपूर्ति शृंखलाओं को मजबूत बनाना

आत्मनिर्भरता की पहली शर्त है कि भारत अपने स्थानीय, विकेंद्रीकृत आपूर्ति तंत्र को मजबूत बनाए। कोविड महामारी और चीन पर अत्यधिक निर्भरता ने यह स्पष्ट कर दिया कि भारत को मोबाइल, इलेक्ट्रॉनिक्स, फार्मा, सोलर पैनल और खिलौनों जैसे क्षेत्रों में स्वदेशी उत्पादन पर ध्यान देना चाहिए।

भारत को केवल असंबलिंग पर नहीं, बल्कि कच्चे माल से लेकर उच्च गुणवत्ता वाले घटकों के निर्माण तक हर स्तर पर स्वदेशीकरण को बढ़ावा देना चाहिए। उदाहरण के तौर पर, मोबाइल फोन के लिए केवल असंबलिंग नहीं बल्कि बैटरी, डिस्प्ले, कैमरा मॉड्यूल जैसे हिस्से भी भारत में ही बनने चाहिए। इसके लिए जिला-स्तरीय औद्योगिक हब बनाए जाने चाहिए, और क्षेत्र विशेष की पारंपरिक और स्थानीय उत्पादन क्षमताओं को राष्ट्रीय नेटवर्क से जोड़ा जाना चाहिए।

2. स्वदेशी डिजिटल प्लेटफॉर्म जैसे ओएनडीसी को प्रोत्साहन

डिजिटल अर्थव्यवस्था में विदेशी कंपनियों का वर्चस्व तेजी से बढ़ा है। इसके जवाब में भारत सरकार ने ओपन नेटवर्क फॉर डिजिटल कॉमर्स (ओएनडीसी) की शुरुआत की है। यह एक खुले और निष्पक्ष डिजिटल प्लेटफॉर्म का निर्माण करता है, जिसमें छोटे दुकानदार भी अमेज़न और फ्लिपकार्ट जैसी कंपनियों से प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं।

यह डिजिटल उपनिवेशवाद का स्वदेशी उत्तर कहा जा सकता है। यह प्लेटफॉर्म सुनिश्चित करता है कि कोई भी किराना दुकानदार, छोटे व्यवसायी, या स्टार्टअप उचित दृश्यता और न्यूनतम कमीशन पर अपना व्यापार कर सके।

लेकिन ओएनडीसी की सफलता तभी संभव है जब सरकार एमएसएमई को प्रशिक्षण, तकनीकी सहायता और टैक्स प्रोत्साहन दे और उन्हें इस प्लेटफॉर्म से जोड़ने का कार्य सक्रिय रूप से करे।

3. भारतीय एमएसएमई और स्टार्टअप्स को समर्थन

भारत के सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम (एमएसएमई) जीडीपी में 30 प्रतिशत का योगदान करते हुए करोड़ों लोगों को रोजगार प्रदान करते हैं। फिर भी इन्हें पूंजी की कमी, बाज़ार की पहुंच और डिजिटल ज्ञान की समस्याओं का सामना करना पड़ता है।

स्वदेशी जागरण मंच ने हमेशा इन मांगों को उठाया है –

- मुद्रा योजना और ईसीएलजीएस जैसी योजनाओं के माध्यम से बिना जमानत ऋण की सुविधा।
- डिजिटल साक्षरता और ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर प्रशिक्षण।
- सरकारी खरीद में भारतीय उत्पादों को प्राथमिकता।
- क्लस्टर आधारित विकास, ताकि एक जैसे उद्योगों को साथ रखा जाए और उन्हें संयुक्त बुनियादी ढांचा मिले।

स्टार्टअप्स को केवल कॉपी-पेस्ट प्लेटफॉर्म बनाने के बजाय, गंभीर राष्ट्रीय समस्याओं का समाधान करने वाले इनोवेशन पर ध्यान देना चाहिए, जैसे सौर ऊर्जा, जल संरक्षण, स्वास्थ्य सेवाएं और स्मार्ट कृषि आदि-आदि।

4. उपभोक्ताओं की भूमिका – आर्थिक पुनर्निर्माण में जनभागीदारी

आर्थिक राष्ट्रवाद केवल नीति-निर्माताओं की जिम्मेदारी नहीं है, हर उपभोक्ता की भूमिका भी उतनी ही अहम है। उपभोक्ताओं को यह समझना होगा कि उनका हर खर्च एक वोट है – या तो राष्ट्रीय निर्माण के पक्ष में या फिर विदेशी वर्चस्व के लिए। हर खर्चा एक निर्णय है – क्या हम अपने देश को मज़बूत करेंगे या दूसरों को?

इसलिए उपभोक्ताओं को चाहिए कि –

- भारतीय उत्पादों को प्राथमिकता दें।
- स्थानीय दुकानों और खुदरा विक्रेताओं से खरीदारी करें।
- भारतीय ऐप्स, सेवाओं और डिजिटल प्लेटफॉर्म का उपयोग करें।
- “वोकल फॉर लोकल”, “स्वदेशी अपनाओ” जैसे अभियानों को केवल नारा न मानें, बल्कि अपने जीवन में व्यवहारिक रूप दें।

5. इलेक्ट्रॉनिक्स, खिलौने, मशीनरी और ऐप्स में स्वदेशीकरण

भारत जिन क्षेत्रों में सबसे अधिक आयात पर निर्भर है, वे ही उसकी रणनीतिक कमजोरी बन गए हैं –

- इलेक्ट्रॉनिक्स के 70 प्रतिशत हिस्से आयात होते हैं।
- खिलौनों का बाजार लगभग पूरी तरह चीन पर निर्भर था, हाल में सुधार शुरू हुआ है।
- भारी मशीनरी और पूंजीगत वस्तुएँ आज भी विदेशी कंपनियों से आती हैं।
- मोबाइल ऐप्स और डिजिटल सेवाएँ विदेशी कंपनियों के कब्जे में हैं।

इस स्थिति को बदलने के लिए स्वदेशी जागरण मंच का सुझाव है –

- उत्पादन आधारित प्रोत्साहन (पी एल आई) योजनाओं को प्रभावी रूप से लागू किया जाए।
- अनुसंधान और विकास (आर एंड डी) में निवेश बढ़ाया जाए – विशेषकर अर्धचालक, रोबोटिक्स, और हरित ऊर्जा के क्षेत्र में।
- भारतीय ऐप डेवलपर्स के लिए अनुकूल वातावरण और पोषण की आवश्यकता है।

- जहाँ आवश्यक हो, आयात सीमाएं और डंपिंग विरोधी शुल्क लागू किए जाएँ।
- भारत का खिलौना उद्योग सही नीति, संरक्षण और प्रोत्साहन के साथ स्वदेशी उत्पादन पुनर्जीवित हो सकता है।

आत्मसम्मान पर आधारित अर्थव्यवस्था

आत्मनिर्भर भारत का रास्ता अलगाववाद का नहीं, बल्कि सशक्त वैश्वीकरण का है – जहाँ भारत बराबरी के साथ वैश्विक मंच पर खड़ा हो। स्वदेशी का अर्थ विरोध नहीं, विकल्प है। यह आर्थिक आत्मगौरव का प्रतीक है।

स्वदेशी केवल संकट के समय की नीति नहीं, बल्कि स्थायी राष्ट्रीय दृष्टिकोण है। अब समय आ गया है कि भारत दीर्घकालिक रणनीतियों के माध्यम से अपने नागरिकों, उद्यमियों, और उपभोक्ताओं को केंद्र में रखकर आर्थिक विकास का मॉडल अपनाए।

स्वदेशी कोई विकल्प नहीं, बल्कि एकमात्र स्थायी रास्ता है – एक मजबूत, आत्मनिर्भर और संप्रभु भारत के निर्माण का।



स्वदेशी सुरक्षा एवं स्वावलंबन अभियान

1. संदेश के मुख्य विषय

- "भारतीय खरीदें, भारत बनाएं" – उपभोक्ता की स्वदेशी की खरीद और राष्ट्र निर्माण के बीच संबंध को उजागर करें।
- "हर रुपया मायने रखता है" – समझाएं कि स्थानीय खरीद से रोजगार, एमएसएमई और आत्मनिर्भरता को कैसे बल मिलता है।
- "डिजिटल स्वदेशी" – भारतीय डिजिटल प्लेटफॉर्म को बढ़ावा दें और विदेशी डेटा एकाधिकार के खतरों से लोगों को अवगत कराएं।
- "अपने उत्पाद को पहचानिए" – "मेड इन इंडिया" और "असेम्बल्ड इन इंडिया" में फर्क को समझाएं।

2. लक्षित जनसमूह

- शहरी उपभोक्ता: डिजिटल प्लेटफॉर्म, सोशल मीडिया प्रभावशाली हस्तियों और समाचार माध्यमों का उपयोग।
- ग्रामीण और अर्ध-शहरी नागरिक: रेडियो, क्षेत्रीय भाषाओं में मीडिया और स्थानीय आयोजनों के माध्यम से।
- युवा और छात्र: स्कूलों/कॉलेजों में निबंध प्रतियोगिता, नवाचार कार्यक्रम और जागरूकता कार्यशालाएं।
- किराना व्यापारी व छोटे दुकानदार: इन्हें स्वदेशी अभियान के स्थानीय प्रतिनिधि के रूप में सशक्त करें।

3. प्रचार माध्यम और साधन

- सोशल मीडिया अभियान: जैसे हैशटैग – 'वोकलफॉरलोकल, स्वदेशीफर्स्ट'
- जन सेवा विज्ञापन: टीवी, रेडियो, ओटीटी, यूट्यूब पर भावनात्मक और

तथ्यपूर्ण कहानियों के माध्यम से।

- **प्रभावशाली हस्तियों का सहयोग:** देशभक्त फिल्म कलाकारों, खिलाड़ियों और सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स की भागीदारी।
- **प्रिंट और बाहरी विज्ञापन:** मेट्रो स्टेशन, बस स्टॉप, रेलवे स्टेशन जैसे सार्वजनिक स्थानों पर पोस्टर और बैनर।
- **मोबाइल वैन व जिगल्स:** स्थानीय भाषा में प्रचार गीतों के जरिए छोटे शहरों और कस्बों में पहुंच।

4. सामुदायिक भागीदारी

- स्वदेशी मेले और प्रदर्शनी: भारतीय ब्रांड, शिल्पकारों और स्टार्टअप्स को मंच प्रदान करें।
- विद्यालयों/महाविद्यालयों में कार्यशालाएं: आर्थिक आत्मनिर्भरता की समझ विकसित करें।
- जिला स्तर पर अभियान समितियाँ: स्थानीय एनजीओ, व्यापार मंडल और स्वयं सहायता समूहों को शामिल करें।

5. डिजिटल एकीकरण

- क्यूआर कोड पहल: स्कैन कर उत्पाद के भारतीय या विदेशी होने की पहचान।
- ओएनडीसी का प्रचार: विदेशी ई-कॉमर्स एकाधिकार के विकल्प के रूप में आम जनता को शिक्षित करें।
- गेम आधारित ऐप्स: भारतीय उत्पाद खरीदने पर उपभोक्ताओं को पुरस्कार/इंसेंटिव।

6. सहयोग

- **साझेदारी करें:** सरकारी मंत्रालयों से: वाणिज्य, एमएसएमई, सूचना एवं प्रसारण।
- **मीडिया संस्थानों से:** दूरदर्शन, आकाशवाणी, और क्षेत्रीय समाचार एजेंसियाँ।
- स्वदेशी जागरण मंच और अन्य सामाजिक संगठनों से।

7. सफलता के मापदंड

- भारतीय उत्पादों की बिक्री में वृद्धि।
- ओएनडीसी प्लेटफॉर्म पर भागीदारी में बढ़ोतरी।
- चीनी उत्पादों/ऐप्स की खपत में गिरावट।
- जन सर्वेक्षणों में आर्थिक देशभक्ति के प्रति जागरूकता में वृद्धि



स्वदेशी उद्घोष

1. जय स्वदेशी, जय जय स्वदेशी ।
2. जब बाजार जायेंगे, सामान स्वदेशी लाएंगे ।
3. विदेशी वस्तुएं छोड़कर, बोलो वंदेमातरम ।
4. स्वदेशी का यह संदेश... अपनी भाषा, अपना वेश ।
5. स्थानीय को बढ़ायेंगे – तभी स्वदेशी कहलाएंगे ।
6. जन्मदिन हो, या हो शादी – भारतीय दृष्टि के हम आदि ।
7. स्वरोजगार अपनाएंगे, देश समृद्ध बनाएंगे ।
8. गांव शहर की एक पुकार उद्यमिता और स्वरोजगार ।
9. कृषि कौशल उद्यमिता अपनाओ, देश को गरीबीमुक्त बनाओ ।
10. स्वदेशी अपनाएंगें – देश को आगे बढ़ाएंगे ।

(स्थानीय भाषा और पद्धति से नये उद्घोष भी बनाए जा सकते हैं)

“अमेज़न, फ्लिपकार्ट और इबि जैसे ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म देश में अपने उत्पाद बेचने के लिए कानूनों को तोड़-मरोड़कर प्रस्तुत करते हैं। इन कंपनियों द्वारा दी जा रही भारी छूट भारतीय खुदरा व्यापारियों को खत्म कर देगी।”

– स्वदेशी जागरण मंच

“हमने औपचारिक रूप से भारत सरकार से तुर्की से सभी आयातों का बहिष्कार करने और देश के साथ किसी भी तरह के आर्थिक जुड़ाव को हतोत्साहित करने का आग्रह किया है। इसके अलावा, हम भारतीय नागरिकों से पर्यटन के उद्देश्य से तुर्की की यात्रा करने से बचने की अपील करते हैं।”

– स्वदेशी जागरण मंच

“भारत में चीनी सामान छद्म तरीके से बिकता है; कभी चीनी लेबल हटाकर मेड इन इंडिया लेबल लगाकर, कभी ई-कॉमर्स कंपनियों और विदेशी ब्रांडों द्वारा मूल नियम का उल्लंघन करके और कभी कंपोनेंट के रूप में चीन से आयात द्वारा।”

– स्वदेशी जागरण मंच